

## SKRIPSI



### Judul Skripsi:

**PENGARUH *SPONSORSHIP* DALAM TAYANGAN YOUTUBE  
CABRIOLET CHALLENGE TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK PERAWATAN WAJAH PRIA MS GLOW  
FOR MEN**

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi

Ibnu Titho Pra Ramadhan

1710411113



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL 'VETERAN'  
JAKARTA**

**2021**

### PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan benar.

Nama : Ibnu Titho Pra Ramadhan  
NIM : 1710411113  
Progam Studi : Ilmu Komunikasi

Bila mana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan di proses sesuai dengan yang berlaku

Jakarta, September 2021  
Yang Menyatakan



Ibnu Titho Pra Ramadhan

## LEMBAR PENGESAHAN

NAMA : Ibnu Titho Pra Ramadhan  
NIM : 1710411113  
PROGAM STUDI : Ilmu Komunikasi  
KONSENTRASI : Advertising  
JUDUL : Pengaruh Sponsorship Dalam Tayangan Youtube Cabriolet Challenge Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan Wajah Pria Ms Glow For Men.

Telah berhasil dipertahankan dihadapan tim penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Soisal dan Ilmu Politik, UPN Veteran Jakarta.

Pembimbing I



**Lukman Saleh Waluyo, M.Si**

Penguji II



**Rizkiya Ayu Maulida, MA.**

Ketua Progam Studi



**Maria Febriana Christanti, M.Si**

Ditetapkan di : Jakarta  
Tanggal Ujian : 23 Juli 2021

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ibnu Titho Pra Ramadhan  
NIM : 1710411113  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non *Eksklusif* (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas skripsi saya yang berjudul:

**PENGARUH *SPONSORSHIP* DALAM TAYANGAN YOUTUBE CABRIOLET  
CHALLENGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
PERAWATAN WAJAH PRIA MS GLOW FOR MEN**

Beserta perangkat yang ada (apabila diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpang, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, September 2021



**Ibnu Titho Pra Ramadhan**

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkat, rahmat, dan karunia-nya yang diberikan kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi selama kurang lebih satu semester dengan judul Pengaruh *Sponsorship* Dalam Tayangan Youtube Cabriolet Challenge Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wajah Pria MS Glow for Men. Skripsi ini dibuat sebagai syarat dalam menyelesaikan studi program S1 yang telah menjadi standar dan ditetapkan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Penyelesaian penelitian skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan bantuan keluarga serta orang-orang sekitar, sehingga dapat menyelesaikan penelitian dengan tepat waktu. Maka dari itu, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Dudy Heryadi, M,Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jakarta.
2. Maria Febiana Christanti, M,Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jakarta.
3. Lukman Saleh Waluyo, M.Si. selaku dosen pembimbing satu dan Rizkiya Ayu Maulida, M.A selaku dosen pembimbing dua skripsi yang membantu dan meluangkan waktunya untuk memberikan masukan dan arahan dalam proses pembuatan skripsi.
4. Staff Program Studi Ilmu Komunikasi dan Akademik Kemahasiswaan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UPN “Veteran” Jakarta.
5. Orang tua peneliti yaitu ayahanda Ibnu Thoriq dan Ibunda Tati Yuliati yang turut memberikan dukungan moril dan materil, serta doa untuk peneliti sehingga dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini.
6. Shabira Arsa Ghalda, selaku pendamping peneliti terkasih yang selalu hadir memberi semangat serta dukungan dan membantu peneliti menyelesaikan penulisan skripsi.
7. Sahabat yang selalu menjadi tempat bercerita dan selalu mengingatkan untuk tetap semangat dan bisa, Guruh Achmad, Sekar Harum, Dwika Fajri, Shofia Arahma, Ary Fakhreji, Adi Hidayat, Rahadian Hafizh.
8. Teman – teman Fourtyfive Radio yang mewarnai kehidupan perkuliahan peneliti.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini, masih jauh dari kata sempurna. Maka peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Peneliti berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca khususnya mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Jakarta, September 2021



**Ibnu Titho Pra Ramadhan**

**PENGARUH *SPONSORSHIP* DALAM TAYANGAN YOUTUBE CABRIOLET  
CHALLENGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
PERAWATAN WAJAH PRIA MS GLOW FOR MEN**

**Ibnu Titho Pra Ramadhan**

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta

[Prara.madhan@gmail.com](mailto:Prara.madhan@gmail.com)

**Abstrack**

Penelitian ini memfokuskan, tentang pengaruh *sponsorship* dalam tayangan Youtube Cabriolet Challenge terhadap keputusan pembelian produk perawatan wajah pria MS Glow for Men. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah 100 responden penonton “Cabriolet Challenge” Teori yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah Teori S – O - R Houland, et, all. Keputusan pembelian diukur melalui enam (6) dimensi yaitu pilihan produk, pilihan merek, pilihan saluran pembelian, waktu pembelian, jumlah pembelian, metode pembayaran. Hasil uji korelasi variabel X (*Sponsorship* dalam tayangan youtube Cabriolet Challenge) terhadap variabel Y (Keputusan pembelian produk perawatan wajah pria MS Glow for Men) pada penelitian ini menunjukkan adanya korelasi yang cukup kuat artinya bahwa *sponsorship* dalam tayangan Youtube Cabriolet Challenge memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian produk perawatan wajah pria MS Glow for Men. Hasil uji koefisien determinasi diketahui sebesar 24,3%. Hasil uji hipotesis dengan t hitung dapat ditarik kesimpulan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Kesimpulannya adalah bahwa terdapat pengaruh yang baik antara *sponsorship* terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci :** Sponsorship, Youtube, Keputusan Pembelian.

***THE EFFECT OF SPONSORSHIP IN YOUTUBE CABRIOLET CHALLENGE  
SHOWING ON THE PURCHASE DECISION OF MEN'S FACE CARE  
PRODUCTS MS GLOW FOR MEN***

**Ibnu Titho Pra Ramadhan**

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta

[Prara.madhan@gmail.com](mailto:Prara.madhan@gmail.com)

***ABSTRACT***

This study focuses on the effect of sponsorship in the Youtube Cabriolet Challenge on purchasing decisions for men's facial care products, MS Glow for Men. This study uses a quantitative method with a total of 100 viewers of the "Cabriolet Challenge" The theory used by the researcher in this study is the S - O - R Theory Houland, et, all. Purchase decisions are measured through six (6) dimensions, namely product choice, brand choice, purchase channel choice, purchase time, purchase amount, payment method. The results of the correlation test of the X variable (Sponsorship in the Cabriolet Challenge youtube show) to the Y variable (The decision to purchase MS Glow for Men male facial care products) in this study showed a fairly strong correlation, meaning that sponsorship in the Cabriolet Challenge Youtube show had an influence on purchasing decisions. MS Glow for Men men's facial care product. The results of the coefficient of determination test are known to be 24.3%. The results of hypothesis testing with t arithmetic can be concluded that Ho is rejected and Ha is accepted. The conclusion is that there is a good influence between sponsorship on purchasing decisions.

**Keywords :** Sponsorship, Youtube, Purchase Decision.



## DAFTAR ISI

<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	6
1.3 TUJUAN PENELITIAN .....	6
1.4 MANFAAT PENELITIAN .....	6
1.4.1 MANFAAT AKADEMIS .....	6
1.4.2 MANFAAT PRAKTIS.....	7
1.5 SISTEMATIKA PENULISAN.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
2.1 PENELITIAN TERDAHULU .....	9
2.2 KONSEP – KONSEP PENELITIAN.....	19
2.2.1 KOMUNIKASI PEMASARAN.....	19
2.2.2 SPONSORSHIP .....	20
2.2.3 MEDIA DIGITAL` .....	21
2.2.4 YOUTUBE.....	22
2.2.5 KEPUTUSAN PEMBELIAN.....	23
2.3 TEORI PENELITIAN .....	25
2.4 KERANGKA BERFIKIR .....	26
2.5 HIPOTESIS PENELITIAN .....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>28</b>
3.1 METODELOGI PENELITIAN .....	28
3.1.2 PENDEKATAN PENELITIAN.....	28
3.1.3 JENIS PENELITIAN .....	29
3.1.4 METODE PENELITIAN .....	29
3.2 POPULASI DAN SAMPLE.....	29
3.2.1 POPULASI .....	29
3.2.2 SAMPLE.....	30
3.3 METODE PENGUMPULAN DATA .....	31
3.3.1 OPERASIONALISASI VARIABLE.....	32
3.4 TEKNIK ANALISIS DATA .....	33
3.4.1 UJI VALIDITAS.....	34
3.4.2 UJI REABILITAS .....	36
3.4.3 UJI KORELASI.....	37
3.4.4 UJI REGRESI .....	38
3.4.5 KOEFISIEN DETERMINASI .....	38
3.4.6 UJI HIPOTESIS.....	38
3.5 WAKTU DAN LOKASI PENELITIAN .....	39

<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>40</b>
4.1 DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN .....	40
4.1.1 MS GLOW MEN.....	40
4.2 HASIL PENELITIAN .....	42
4.2.1 KARAKTERISTIK RESPONDEN.....	42
4.2.2 DESKRIPSI DATA PERNYATAAN VARIABLE X.....	43
4.2.3 DESKRIPSI DATA PERNYATAAN RESPONDEN.....	48
4.2.4 DESKRIPSI PERNYATAAN VARIABEL Y .....	53
4.3 TEKNIK ANALISIS DATA .....	62
4.3.1 UJI KORELASI.....	62
4.3.2 KOEFISIEN DETERMINASI .....	63
4.3.3 UJI REGRESI .....	64
4.3.4 UJI HIPOTESIS.....	65
4.4 PEMBAHASAN PENELITIAN.....	66
 <b>BAB V.....</b>	 <b>72</b>
5.1 KESIMPULAN .....	72
5.2 SARAN .....	73
 <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	 <b>75</b>

## DAFTAR TABEL

TABEL 1. PENELITIAN TERDAHULU.....	9
TABEL 2. SKALA LIKERT.....	31
TABEL 3. OPERASIONAL VARIABLE X.....	32
TABEL 4. OPERASIONAL VARIABLE Y.....	33
TABEL 5. UJI VALIDITAS VARIABEL X ITEM-TOTAL STATISTIC.....	34
TABEL 6. UJI VALIDITAS VARIABEL Y ITEM-TOTAL STATISTIC.....	35
TABEL 7. TINGKAT REALIBILITAS BERDASARKAN NILAI <i>ALPHA CRONBACH'S</i> :.....	36
TABEL 8. HASIL PENGUJIAN REALIBILITAS VARIABEL X.....	36
TABEL 9. HASIL PENGUJIAN REALIBILITAS VARIABEL Y.....	37
TABEL 10. WAKTU PENELITIAN.....	39
TABEL 11. USIA RESPONDEN.....	42
TABEL 12. JENIS KELAMIN RESPONDEN.....	42
TABEL 13. RESPONDEN MENONTON TAYANGAN CABRIOLET CHALLENGE.....	43
TABEL 14. PERNYATAAN 1.....	43
TABEL 15. PERNYATAAN 2.....	44
TABEL 16. PERNYATAAN 3.....	45
TABEL 17. PERNYATAAN 4.....	45
TABEL 18. PERNYATAAN 5.....	46
TABEL 19. PERNYATAAN 6.....	46
TABEL 20. PERNYATAAN 7.....	47
TABEL 21. PERNYATAAN 8.....	48
TABEL 22. PERNYATAAN 1.....	48
TABEL 23. PERNYATAAN 2.....	49
TABEL 24. PERNYATAAN 3.....	50
TABEL 25. PERNYATAAN 4.....	50
TABEL 26. PERNYATAAN 5.....	50
TABEL 27. PERNYATAAN 6.....	51
TABEL 28. PERNYATAAN 7.....	52
TABEL 29. PERNYATAAN 1.....	53
TABEL 30. PERNYATAAN 2.....	53
TABEL 31. PERNYATAAN 3.....	54
TABEL 32. PERNYATAAN 4.....	54
TABEL 33. PERNYATAAN 5.....	55
TABEL 34. PERNYATAAN 6.....	55
TABEL 35. PERNYATAAN 7.....	56
TABEL 36. PERNYATAAN 8.....	57
TABEL 37. PERNYATAAN 9.....	58
TABEL 38. PERNYATAAN 10.....	58
TABEL 39. PERNYATAAN 11.....	59
TABEL 40. PERNYATAAN 12.....	59
TABEL 41. PERNYATAAN 13.....	60
TABEL 42. PERNYATAAN 14.....	60
TABEL 43. PERNYATAAN 15.....	61
TABEL 44. PERNYATAAN 16.....	61
TABEL 45. INTERFAL KOEFISIEN UJI KORELASI.....	62

TABEL 46. UJI KORELASI. ....	63
TABEL 47. UJI KOEFISIEN DETERMINASI.....	64
TABEL 48. UJI REGERESI. ....	65